

**PERAN RADIO GAPURA KLEWER 97,3 FM SEBAGAI MEDIA
KOMUNITAS PEDAGANG PASAR KLEWER**

NASKAH PUBLIKASI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna mencapai gelar sarjana S-1
Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

BAMBANG TRI WIBOWO

L100090117

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

Jl. A. Yani Tromol Pos 1, Pabelan, Kartasura. Telp (0271) 717417, 719483 Fax 715448 Surakarta 57102

Surat persetujuan artikel publikasi ilmiah

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi/ tugas akhir:

Nama : Drs. Joko Sutarso, SE, M. Si

Telah membaca mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi (tugas akhir) dari mahasiswa :

Nama : Bambang Tri Wibowo

NIM : L100090117

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Peran Media Komunikasi *Audio Station In House* Sebagai Media Komunitas Pedagang Di Pasar Klewer (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Radio Gapura Klewer Promotions 97,3 FM Di Lantai II Blok FF 01 Pasar Klewer Surakarta).

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan. Demikian persetujuan yang dibuat, semoga dapat dipergunakan sepenuhnya.

Pembimbing

Drs. Joko Sutarso, SE, M. Si

ABSTRAK

Bambang Tri Wibowo, L100090117. Peran Radio Gapura Klewer 97,3 FM Sebagai Media Komunitas Pedagang Pasar Klewer (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Radio Gapura Klewer Promotions 97,3 FM Di Lantai II Blok FF 01 Pasar Klewer Surakarta). Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Broadcasting and Cinema*, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang hingga sekarang ini masih mendapatkan tempat di hati para pendengarnya, berbagai program acara seperti informasi, hiburan, dan iklan yang disajikan, dihiasi dengan berbagai efek-efek animasi suara agar lebih menarik sehingga dapat memikat hati pendengar setianya. Seperti halnya media komunikasi *Audio Station In House* (Radio Gapura Klewer) 97,3 FM yang merupakan media komunitas pedagang di Pasar Klewer, radio ini setiap harinya menjadi teman sekaligus penghibur komunitas pedagang disela-sela aktifitas mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media komunikasi *Audio Station In House* yang difungsikan sebagai media komunitas pedagang di Pasar Klewer. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *Audio Station In House* (Radio Gapura Klewer) 97,3 FM sangat berperan dalam beberapa hal, diantaranya yaitu informasi (menginformasikan segala bentuk informasi dan kegiatan yang berada di dalam maupun diluar Pasar Klewer), hiburan (sebagai media penghibur/peramai di Pasar Klewer melalui lagu-lagu yang diputarkan), pendidikan (melalui informasi yang disampaikan terselip informasi yang sifatnya mendidik komunitas pedagang di Pasar Klewer), dan promosi (*Audio Station In House* juga sebagai media promosi iklan, khususnya dari komunitas pedagang di Pasar Klewer).

Kata Kunci : Informasi, Peran Media, *Audio Station In House*.

A. Pendahuluan

Era digital seperti sekarang ini, memunculkan berbagai perubahan dalam berbagai sendi kehidupan sosial masyarakat, perubahan yang akibatnya sering sekali kita terima adalah perubahan dalam hal komunikasi dan informasi dengan maksud untuk memudahkan manusia dalam berkomunikasi.

Kemajuan dan perkembangan teknologi saat ini terjadi disebabkan hampir semua lapisan masyarakat tidak dapat menghindar dari berbagai terpaan media komunikasi, khususnya media komunikasi radio, dan pada dasarnya para pengelola media komunikasi radio juga memiliki andil yang cukup besar dalam menentukan sebuah gambaran (realitas) dari kenyataan yang sebenarnya, agar *audience* juga lebih terdidik dalam mengkaji berbagai informasi yang dipublikasikan dari media komunikasi radio.

Dengan media komunikasi radio, berbagai kebutuhan khalayak tentunya akan menjadi mudah diakses darimanapun

tempatnyanya tanpa melihat luasnya jangkauan dan rintangan. Dan kemudahan lain yang ditawarkan media komunikasi radio ialah pendengar (*audience*) media komunikasi radio tidak harus selalu berada di hadapan pesawat radionya untuk memperoleh informasi, tidak seperti halnya media televisi, yang setiap waktu harus berada di hadapan layar televisi agar tidak ketinggalan informasi yang ditayangkan media tersebut. Oleh karena itu, melalui media komunikasi radio selain kita memperoleh informasi secara cepat dan mudah, kita juga dapat melakukan berbagai aktifitas yang berguna lainnya.

Depari dan MacAndrews (2006:119) menjelaskan bahwa media komunikasi radio bisa mencapai pendengar (*audience*) dalam quota sangat besar dengan sangat cepat dan sangat murah dibandingkan media komunikasi lainnya seperti media cetak. Selain itu media komunikasi radio juga bisa menumbuhkan kesadaran akan pembangunan di sekeliling mereka, serta bisa merangsang keterlibatan di dalamnya,

seperti halnya pembangunan dalam konteks pertumbuhan ekonomi masyarakat itu sendiri.

Radio disebut sebagai kekuasaan kelima (*five the estate*), hal ini dikarenakan media komunikasi radio mempunyai kekuatan langsung dibawah surat kabar didalam mempublikasikan suatu informasi. Selain itu, hal ini juga dikarenakan sifat/karakteristik dari radio yang dapat mendekatkan jarak, menyempitkan ruang gerak, dan memiliki keunikan tersendiri (Effendy, 1992:107).

Media komunikasi radio tidak sekedar sebagai media komunikasi massa. Melainkan bergerak sangat cepat sebagai salah satu media hiburan, media pendidikan, media promosi, dan sebagai media informasi yang dapat mewadahi seluruh kebutuhan informasi masyarakat terpencil atau komunitas tertentu.

Dari berbagai kemudahan yang di tawarkan oleh media komunikasi radio, belum sepenuhnya dapat di rasakan oleh semua lapisan masyarakat, diantaranya

komunitas pedagang di Pasar Klewer. Komunitas pedagang di Pasar Klewer Surakarta, masih merasa kesulitan untuk mendapatkan informasi yang beredar di sekitar mereka, hal ini dikarenakan kurangnya akan pengetahuan, kesibukan untuk memenuhi kebutuhan hidup, serta sarana yang kurang memadai dalam mengikuti kemajuan teknologi dan informasi yang semakin mendominasi seperti sekarang ini, sehingga seringkali komunitas pedagang di Pasar Klewer masih merasa kesulitan untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi dengan orang lain dari lokasi yang berbeda.

Selain itu, minimnya sarana informasi, juga membuat laju perkembangan ekonomi di Pasar Klewer sedikit terhambat dibandingkan dengan pasar tradisional lainnya, hal ini dikarenakan komunitas pedagang di Pasar Klewer sulit untuk mempromosikan atau menawarkan barang dagangannya kepada pengunjung dan khalayak luas.

Dengan demikian, agar seluruh lapisan masyarakat, khususnya komunitas pedagang di Pasar Klewer Surakarta dapat menikmati kemajuan teknologi dalam berkomunikasi, serta mendapatkan informasi secara cepat dan berimbang, maka hadirilah (*Audio Station In House*) atau biasa disebut Radio Gapura Klewer (RGK) 97,3 FM. Yaitu sebuah radio siaran ber *basic* radio kabel yang diperuntukkan bagi komunitas pedagang di Pasar Klewer.

Audio Station In House (RGK) didirikan dengan tujuan awal untuk meramaikan kegiatan pedagang di Pasar Klewer. Namun searah berjalannya waktu *Audio Station In House* (RGK) 97,3 FM ini, tidak lagi sekedar menjadi media peramai (hiburan) di Pasar Klewer, melainkan merubah tujuan awal menjadi media hiburan, media pendidikan, dan sekaligus sebagai wadah informasi serta promosi bisnis bagi seluruh komunitas pedagang dan masyarakat di Pasar Klewer.

Fenomena tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti serta mengkaji lebih

dalam lagi mengenai peran media komunikasi *Audio Station In House* atau Radio Gapura Klewer (RGK) 97,3 FM yang difungsikan sebagai media komunitas pedagang di Pasar Klewer Surakarta.

B. Tinjauan Pustaka

Sebagai landasan argumentasi, terdapat beberapa teori komunikasi yang mendasarinya, dan penelitian ini bertitik beratkan pada peran media komunikasi *Audio Station In House* (RGK) 97,3 FM yang difungsikan sebagai media komunitas pedagang di Pasar Klewer. Teori-teori yang mendasari penelitian ini diantaranya :

1. Komunikasi

Komunikasi merupakan dampak dari hubungan dalam masyarakat, yang dilakukan seseorang terhadap orang lainnya dengan saling berhubungan, sehingga dari proses komunikasi akan menumbuhkan interaksi sosial. Sedangkan terjadinya interaksi sosial dipengaruhi oleh inter-komunikasi. Jadi pada hakikatnya proses komunikasi dapat terlaksana apabila diantara masyarakat yang terlibat didalam

nya mempunyai kesamaan tema mengenai suatu problematika yang sedang dikomunikasikan bersama Biagi (2010:08) sedangkan teori yang sejalan dengan penelitian ini, berpengertian bahwa :

Komunikasi ialah saluran penyampaian pesan (informasi) dari komunikator kepada komunikan dengan maksud dan tujuan untuk memberitahu atau untuk mengubah perilaku, cara berfikir, sikap, dan pendapat mereka. Baik secara *face to face*, maupun tidak langsung atau melalui media massa (Effendy, 1992:05).

2. Komunikasi Bermedia Massa

Komunikasi massa adalah proses penyebarluasan pesan (informasi) yang dijalankan lewat jalur media massa, dan umumnya ditujukan kepada massa bersifat *abstrak*, yaitu sejumlah khalayak yang tidak terlihat secara langsung oleh sipenyampai pesan yaitu komunikator, sehingga pada dasarnya komunikasi massa hanya dapat bersifat satu arah *one way trafic* (Effendy, 1986:76).

Sedangkan media massa dapat diklasifikasikan sebagai peralatan yang digunakan dalam berkomunikasi, yang bisa menyebarkan pesan secara langsung dan cepat kepada *audience* yang jauh dan menyebar. Kelebihan media massa ialah mampu melewati masalah ruang dan waktu, sehingga dapat mempublikasikan informasi secara langsung dan tidak terbatas waktu (Nurudin, 2009:09).

3. Masyarakat Massa

Teori masyarakat massa memberikan tempat terhormat kepada media massa sebagai sarana penggerak, sarana pengaman, dan alat kontrol masyarakat massa, dalam teori ini sangat mengunggulkan pemikiran yang menyebutkan bahwa media massa mampu memberikan pandangan luas mengenai sebuah dunia, seperti lingkungan tak nyata *pseudo-environment* (McQuail, 1989:62).

Sehingga dalam teori masyarakat massa memberikan panglihatan jelas mengenai kekuasaan dan kadar kekuatan media massa dalam masyarakat, yang biasanya di

tunjukkan oleh jauhnya jangkauan massa, keterpencilan lokasi, isolasi individu, dan kurangnya integrasi dari kelompok atau komunitas setempat.

Sehingga dari pengertian di atas, dapat memperjelas asumsi bahwa media massa mampu dikendalikan atau dikelola secara *monopolistik* untuk dijadikan sebagai media yang efektif dan efisien dalam mengorganisasi khalayak massa yang tak terhitung jumlah dan banyaknya (McQuail, 1989:82).

4. Radio Sebagai Media Komunitas

Perubahan dan perkembangan media komunikasi radio yang lebih lokal seperti sekarang ini, merupakan salah satu cara radio saat ini untuk lebih menunjukkan diri kepada pendengarnya, oleh karena itu tarif beriklan pada media radio jauh lebih murah dibandingkan media televisi, karena rata-rata para pemasang iklan lokalpun juga dapat menghubungkan kebutuhan masyarakat lokal dengan siaran radio lokal atau komunitas. Selain itu media komunikasi radio seperti saat ini juga

terfragmentasi dengan berbagai macam karakteristik pendengarnya, oleh karena itu, format radiopun dibuat beragam bentuk (Tamburaka, 2013:57).

Disamping itu media komunikasi radio juga digolongkan sebagai salah satu media elektronik yang mempunyai ciri khas tersendiri, yaitu sebagai media suara (untuk didengar). Dan salah satu kelebihan yang dimiliki media komunikasi radio dibandingkan media komunikasi lainnya, ialah cepat dan dapat dibawa kemana-mana, media komunikasi radio dapat didengarkan sambil mengerjakan pekerjaan lainnya, seperti memasak, mencuci, menyapu, menulis, menjahit, tak terkecuali berjualan. Suatu hal yang tidak mungkin dapat dilakukan pada media lain seperti TV, film, dan surat kabar (Cangara, 2006:124).

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara memaparkan, mendeskripsikan keadaan atau temuan yang diperoleh peneliti pada

lokasi penelitian. Menurut pandangan peneliti, metode kualitatif merupakan metode yang sangat cocok digunakan dalam penelitian ini apabila disandingkan dengan metode lainnya. Karena dinilai penelitian kualitatif pada dasarnya untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dari perilaku yang sedang diamati pada lokasi penelitian.

Dalam penelitian ini, sumber data diperoleh melalui wawancara, *non-participant observation*, dan studi dokumentasi, berikut penjelasannya.

1. Wawancara. Peneliti menggunakan teknik wawancara baku terbuka, dengan memakai pertanyaan yang baku, seperti alur pertanyaan, bahasanya, dan cara penyajiannya juga sama untuk setiap informan/ narasumber.
2. *Non-participant observation*. Dalam kegiatan ini, peneliti mengamati secara langsung pada objek penelitian, kemudian dicatat dan langsung menganalisisnya agar selanjutnya peneliti

dapat membuat kesimpulan mengenai apa yang diamati pada lokasi penelitian.

3. Studi dokumentasi. Kegiatan ini dilakukan peneliti untuk mencari kebenaran dari data yang diperoleh berdasarkan proses kegiatan yang sedang berlangsung, dan sebagai referensi atas hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

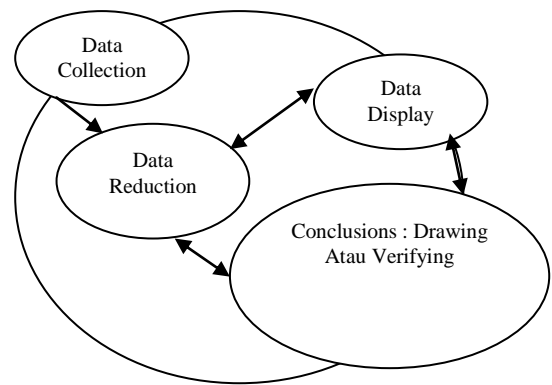
Dan sebagai teknik pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan teknik sampel *Snowball Sampling*. Disini peneliti menentukan dahulu *key informant* sebagai kunci utama untuk wawancara. kemudian dari *key informant* peneliti memperoleh narasumber lainnya yang dirasa lebih tau, sehingga dapat menjawab pertanyaan yang sudah peneliti rumuskan. Dan sebagai *key informant* dalam penelitian ini adalah Luci Caritas TM selaku Asisten Direktur RGK.

Validitas data ialah media kebenaran yang digunakan untuk mencari dan menilai kebenaran dalam sebuah penelitian, sebuah media kebenaran umumnya harus bisa

dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Dan sebagai media/alat kebenaran untuk mengkroscek informasi yang telah diperoleh sebelumnya, peneliti menggunakan *trianggulasi sumber*.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data interaktif model Miles and Huberman. Dan tahapan yang dilakukan diantaranya *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing* atau *verification*.

Dalam prosesnya setelah peneliti mempunyai sekumpulan berkas/data yang diperoleh dari hasil penelitian, peneliti melakukan *coding*, atau dikatakan sebagai proses memilah-milah data untuk diseleksi mana yang dapat digunakan dan tidak, setelah data diperoleh, peneliti kaitkan dengan teori yang tentunya berkaitan dengan tujuan penelitian, sehingga dari proses tersebut dapat ditampilkan pada penyajian data dan pembahasan, untuk menarik kesimpulan mengenai hasil dalam penelitian ini.



Gambar analisis data *interactive* model Miles and Huberman dalam (Sugiyono, 2006:246).

D. Hasil dan Pembahasan

Media komunikasi radio menawarkan berbagai kemudahan kepada pendengar setianya, khususnya dalam memperoleh informasi dan berkomunikasi dengan orang lain dari lokasi yang berbeda.

Teori komunikasi menjelaskan bahwa komunikasi ialah suatu medium saluran pesan (informasi) dari komunikator kepada komunikan dengan maksud dan tujuan untuk memberitahu atau untuk mengubah perilaku, cara berfikir, sikap, dan pendapat mereka. Baik secara *face to face*, maupun tidak langsung atau melalui media massa (Effendy, 1992:05).

Sejalan dengan teori komunikasi, hal serupa juga diterapkan *Audio Station In House* (Radio Gapura Klewer) 97,3 FM. Berdasarkan peranannya, pesan (informasi) yang disampaikan penyiar melalui media bertujuan untuk memberitau, mengingatkan, merubah sikap, pendapat, dan cara berfikir *audience* di Pasar Klewer untuk menuju pada hal-hal yang lebih positif.

Pernyataan ini diperoleh berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada tanggal 9 desember 2013 terhadap *key informant* yaitu Luci Caritas TM selaku asisten direktur (RGK).

Dalam media komunikasi massa, *Gatekeeper* (penjaga gawang atau palang pintu) sangat berfungsi penting dalam kinerjanya, yaitu sebagai menyaring informasi (pesan) sebelum dipublikasikan pada *audience* untuk terlebih dahulu disesuaikan dengan misi dan visi media yang berkaitan (Nurudin 2009:07).

Begitu juga dengan *Audio Station In House* (RGK) 97,3 FM sejalan dengan kegunaan *gatekeeper*, kontrol atau kendali

suara selalu ada pada penyiar, sehingga informasi, iklan, maupun hiburan yang akan disajikan pada *audience*, sebelumnya sudah diolah dan disaring oleh pemegang kendali, yaitu penyiar itu sendiri, sehingga dalam proses siaran *Audio Station In House*, tidak terdapat unsur pornografi, pelecehan seksual. ataupun hal-hal yang sekiranya melecehkan perempuan. Melainkan dalam informasi yang disampaikan penyiar terselip informasi yang sifatnya mendidik, artinya terdapat unsur pendidikan didalamnya.

Pernyataan ini diperkuat dengan temuan kartu pilihan pendengar (Pilpen) yang peneliti temukan saat melakukan penelusuran dokumen, yang isinya kekecewaan *audience* karena setiap meminta lagu wedos tidak diputarkan.



Gambar kartu pilihan pendengar (pilpen)

Dengan adanya media komunikasi *Audio Station In House* (RGK) 97,3 FM di Pasar Klewer, tentunya akan memudahkan komunitas pedagang di Pasar Klewer dalam berkomunikasi atau sekedar untuk mengakses informasi seputar perkembangan Pasar Klewer.

Keterangan ini di dukung oleh data dari hasil wawancara yang menyatakan bahwa *Audio Station In House* sangat bermanfaat sekali khususnya bagi komunitas pedagang dan masyarakat di Pasar Klewer. Narasumber/informan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa *Audio Station In House* di Pasar Klewer sangat berperan sekali khususnya dalam beberapa hal, diantaranya seperti informasi (menyampaikan informasi dari HPPK beserta Dinas Pasar), hiburan (musik sebagai teman sekaligus penghibur pedagang), pendidikan (informasi dan sosialisasi yang mendidik atau terdapat unsur pendidikannya), Promosi (sebagai media beriklan atau mempromosikan barang dagangan).

Key Informant dalam penelitian ini yaitu Luci Caritas TM selaku (Asisten Direktur RGK) menegaskan bahwa *Audio Station In House* di Pasar Klewer ini selain menyampaikan informasi yang sifatnya mendidik *audience* di Pasar Klewer, pihaknya juga menyebutkan bahwa salah satu perannya adalah pemberdayaan perempuan yang disosialisasikan melalui informasi yang disampaikan.

Pernyataan ini diperkuat dengan gambar yang peneliti ambil pada saat melakukan studi dokumentasi.



Gambar informasi Pendidikan seks

Disamping itu, dari proses kegiatan mengamati yang dilakukan peneliti selama proses penelitian, banyak sekali informasi yang didapatkan, berkaitan dengan peran media komunikasi *Audio Station In House*

(RGK) 97,3 FM. Salah satunya yang dapat ditampilkan adalah bentuk kerjasama diantara *Audio Station In House* dengan Himpunan Pedagang Pasar Klewer (HPPK) khususnya dalam hal informasi atau menginformasikan kepada komunitas pedagang di Pasar Klewer, mengenai berbagai permasalahan yang ada di Pasar Klewer. Yaitu sebuah *talkshow* dialog interaktif (Suara Pedagang) antara Himpunan Pedagang Pasar Klewer (HPPK) bersama komunitas pedagang Pasar Klewer, melalui *Audio Station In House* (RGK) 97,3 FM sebagai media penyampai informasi. Kegiatan ini dilakukan untuk menjalin hubungan baik (*relationship*) dan keterbukaan (*openness*) di antara seluruh pengurus pasar dengan komunitas atau masyarakat Pasar Klewer.



Gambar *talkshow* dialog interaktif Suara Pedagang.

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *Audio Station In House* (Radio Gapura Klewer) 97,3 FM sangat berperan khususnya dalam beberapa hal, diantaranya yaitu informasi, hiburan, pendidikan, dan promosi. Berikut ini penjelasannya :

- a. Dari segi informasi, *Audio Station In House* sangat berperan sebagai media penyampai informasi atau menginformasikan segala bentuk informasi dan kegiatan yang berada di dalam maupun luar Pasar Klewer.
- b. Dari segi hiburan, dalam program acaranya *Audio Station In House* selalu memutar musik-musik yang setiap harinya menjadi teman sekaligus penghibur bagi komunitas pedagang di Pasar Klewer.
- c. Dari segi pendidikan, berdasarkan informasi yang disampaikan untuk setiap harinya, tak lepas dari unsur

mendidik, atau terdapat unsur pendidikan di dalamnya, selain itu *Audio Station In House* juga tak jarang mendatangkan narasumber yang tentunya berpengalaman dalam bidangnya, berkaitan dengan pembahasan yang akan disampaikan kepada komunitas pedagang di Pasar Klewer. Demikian juga dapat kita lihat bahwa dari segi lagu-lagu maupun iklan yang diputarkan untuk setiap harinya, tidak terdapat unsur pornografi atau unsur pelecehan seksual di dalamnya, hal ini memang sengaja dilakukan agar komunitas pedagang di Pasar Klewer yang rata-rata adalah perempuan dapat terkondisikan dengan berbagai program acara yang terdapat pada *Audio Station In House* di Pasar Klewer ini.

- d. Dari segi promosi atau iklan, untuk setiap harinya *Audio Station In House* ini memutar iklan dari komunitas pedagang di Pasar Klewer, hal ini juga sebagai salah satu pemasukan *Audio*

Station In House sebagai biaya operasional setiap harinya.

Temuan lain menegaskan bahwa, Sejalan dengan peranannya sebagai media komunitas pedagang di Pasar Klewer, *Audio Station In House* juga mengusung peranan (Pemberdayaan Perempuan) yang disosialisasikan melalui informasi-informasi yang disampaikan penyiar, diantaranya informasi seputar pendidikan seks, kesehatan wanita, serta motivasi terhadap wanita di dalam menyukseskan usahanya, dan masih banyak lagi informasi-informasi yang berkaitan dengan wanita. Karena di Pasar Klewer 80% pelaku bisnis adalah wanita, 15% laki-laki, dan 5% adalah anak-anak. Tujuan dari sosialisasi pemberdayaan perempuan ini adalah untuk mengingatkan pentingnya menjadi seorang wanita, dan agar para wanita-wanita di Pasar Klewer ini tidak merasa termarginalkan. Selain itu, hal ini juga dikarenakan seringnya terjadi pelecehan seksual di Pasar Klewer, yang dilakukan oleh laki-laki.

2. Saran

Adapun saran dan masukan yang dapat peneliti sumbangkan pada *Audio Station In House* (RGK) 97,3 FM, diantaranya ialah :

1. Peneliti sangat berharap untuk kedepannya *Audio Station In House* (RGK) 97,3 FM selalu mempertahankan prestasinya dalam memberikan pelayanan kepada *audience* ditengah keterbatasan alat dan biaya yang selalu di alaminya, serta jangan jadikan keterbatasan alat sebagai suatu hambatan untuk tetap memberikan pelayanan bagi kepentingan publik di Pasar Klewer.
2. Tingkatkan kualitas, kuantitas dan mutu kinerja dari para penyiar, sehingga dengan adanya *Audio Station In House* (RGK) di Pasar Klewer dapat memberikan dampak yang positif bagi komunitas pedagang di Pasar Klewer yang rata-rata adalah wanita.

F. Persantunan

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Drs. Joko Sutarso, SE, M. Si selaku pembimbing utama. Budi Santoso, S. Sos, M. Si selaku pembimbing kedua, dan kepada Agus Triyono, S.Sos, M.Si selaku penguji tamu. Serta penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pengurus *Audio Station In House* (Radio Gapura Klewer) 97,3 FM yang sudah mengijinkan peneliti untuk melakukan penelitian pada instansinya.

Daftar Pustaka

- Biagi, Shirley. 2010, *Media / Impact Pengantar Media Massa*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Cangara, Hafied. 2006, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Depari, Eduard dan Colin MacAndrews. 2006, *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Effendy, Onong Uchjana. 1986, *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remadja karya CV.
- Effendy, Onong Uchjana. 1992, *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Denis. 1989, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta : Erlangga.
- Nurudin, M.S.I. 2009, *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tamburaka, Apriyadi. 2013, *Literasi Media* “Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa”. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.